
Résumé de thèse**TOURISME ET DEVELOPPEMENT A LA PROVINCE DE TETOUAN**

Ali GHOUDANE
Sociologue, Tétouan

« *Le tourisme, outre qu'il constitue une activité économique de grande importance, représente une culture et un art de communication avec l'autre* » (S.M. Le Roi MOHAMED VI, Marrakech, 2001).

INTRODUCTION

L'étude du tourisme est d'actualité et elle est importante. Le tourisme constitue un nouveau défi dans le processus de transformation des sociétés contemporaines dans la voie de la mondialisation et de la globalisation. C'est un phénomène qui s'était développé sous l'impulsion d'un puissant appareil de promotion touristique qui avait reçu l'appui des plus hautes instances internationales : L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), le FMI, Les Nations Unies, la Banque Mondiale, l'Unesco, etc. Sa diffusion était (et l'est encore) souhaitée pour des raisons qui sont avant tout d'ordre économique.

Le Maroc, pays en voie de développement (PVD) fut parmi les premiers à s'être engagé dans la stratégie de la promotion touristique.

Notre thèse est une approche sociologique au tourisme en tant que phénomène social du monde actuel et qui est considéré comme priorité socio-économique pour ses impacts pouvant œuvrer au développement durable d'un pays ou d'une région.

En fait, le phénomène touristique est particulièrement difficile à appréhender : le tourisme est un secteur multidisciplinaire où s'entrecroisent diverses sciences telles la géographie, la sociologie, l'économie et l'écologie (PY P., 1996).

La problématique consiste à savoir comment faire du tourisme la locomotive du développement durable de Tétouan et comment nos touristes la jugent lors de leur séjour et ce à travers nos enquêtes sociologiques auprès de ces visiteurs ; enquêtes effectuées en 2000 et 2002 et pendant des périodes différentes : la basse et haute saisons.

Notre objectif consiste également en l'approche des comportements et motivations de nos hôtes à Tétouan et sa région. De plus, nous avons essayé de proposer un certain nombre d'actions à entreprendre pour concrétiser les mesures et propositions de Marrakech 2001 et améliorer l'image du produit touristique du Nord et, par conséquent, réanimer cette activité à imposer comme alternative aux activités informelles prédominantes, soit le fameux triangle infernal : contrebande, migration clandestine et culture du cannabis (ZAÏM F., 1997) régnant et rongant l'économie régionale et nationale.

Il n'y a pas de doutes que le littoral tétouanais, aire de notre étude, est la station touristique de grande importance et la plus connue au niveau national, mais qui présente plusieurs points faibles considérés comme source de sa crise chronique : la concentration de l'activité seulement durant les mois de juillet et août (haute saison) et presque abandonné le reste de l'année (basse saison) ; s'ajoute à cela la faiblesse de son infrastructure de base, une urbanisation anarchique et un environnement non contrôlé, dégradé ou en voie de dégradation. Toutefois, de telles faiblesses sont surmontables et peuvent inciter les responsables à agir et à prendre des mesures adéquates. Il suffit d'un peu de volonté et d'amour à cette région riche de potentialités touristiques non ou mal exploitées et considérée comme pont entre l'Afrique et l'Europe.

En ce qui concerne la structure de notre étude, la Première Partie traite des « Niveaux empirique, théorique et méthodologique », la Seconde Partie traite de « La situation géophysique, historique, socio-économique et la politique touristique au Maroc » et, enfin, la Troisième Partie traite « Tétouan et le Tourisme ». Celle-ci se base sur notre investigation de terrain quant aux comportements, motivations, attentes et opinions sur un certain nombre d'éléments et services offerts aux visiteurs de Tétouan et, enfin, les perspectives d'avenir.

Notre recherche se justifie par la nécessité d'analyser le secteur touristique à Tétouan et de penser en termes réels, sans réminiscences pour éviter que se répètent des politiques « utopiques » et que notre patrimoine socioculturel et nos villes impériales continuent à être ensevelies ou à s'effondrer par morceaux en silence.

Dans le présent article, nous allons essayer de donner une idée succincte sur notre étude à travers quelques axes qui nous ont parus essentiels ou qui peuvent susciter un débat parmi nos lecteurs.

1. LES NIVEAUX EMPIRIQUE, THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE

Le tourisme est un phénomène social qui consiste dans le déplacement volontaire et temporel des individus ou groupes de personnes qui, fondamentalement, pour motifs de récréation, repos, culture ou santé ; se déplaçant du lieu de leur résidence habituelle à un autre où elles n'exercent aucune activité lucrative ni rémunérée engendrant diverses interactions d'importance sociale, économique et culturelle (OSCAR DE LA TORRE P., 1985 : 19).

Sa complexité pluridisciplinaire trouve son origine dans les divergences entre chercheurs et professionnels quand il s'agit de définir, à l'intérieur de la discipline sociologique, concepts et variables. De là, la nécessité des niveaux empirique, théorique et méthodologique du phénomène touristique pour mieux situer notre approximation.

Au niveau empirique (Chapitre I), se présentent les chiffres qui quantifient l'activité touristique dans le monde et au Maroc, ainsi que les pronostics futurs de points de vue qualitatif et quantitatif : flux touristiques, recettes, variables qui influent sur l'évolution du secteur, tendances futures et facteurs de risque tels certains conflits internationaux ou attentas terroristes.

Les niveaux théoriques et méthodologiques (Chapitre II) constituent la plate-forme sur laquelle nous avons construit notre thèse. Au niveau théorique, nous avons éclaircis et définis un certain nombre de concepts, mots-clefs et définitions des différents types de tourisme, etc. Finalement, le niveau méthodologique avait pour but fondamental l'orientation de notre étude et la technique employée pour l'élaboration du travail et la collecte des données (questionnaire, entretiens, documentation), ainsi que les difficultés et obstacles rencontrés durant notre investigation.

2. LA POLITIQUE TOURISTIQUE AU MAROC

Si on considère le mot « *politique* » dans son acception d'art d'emmener une affaire pour atteindre une fin déterminée, ou « *habilité pour réaliser un projet* », nous entendons par « *politique touristique* » l'ensemble des activités et stratégies qu'une collectivité organisée adopte devant le phénomène touristique.

En raison de sa complexité dérivée de son interdépendance avec d'autres activités socio-économiques, le tourisme se trouve influencé par tous les principes qu'inspirent la réglementation juridique d'un pays, ainsi que par les mesures adoptées par les pouvoirs publics, ce qui peut se répercuter positivement ou négativement sur le développement de cette activité.

La politique touristique, selon PADILLA O. T. (1980), est le produit de la politique générale d'un pays et elle est toujours soumise aux raisons d'ordre public. De là, l'engagement de l'Etat au tourisme est décisive et son attitude face à ce phénomène pourra déterminer sa promotion ou sa restriction et jusqu'à son extension.

La seconde partie de notre étude aborde la politique nationale et régionale à travers la succession des divers plans sectoriels, particulièrement celui de 2000-2004 et en même temps la volonté politique du Maroc à partir du Premier Congrès National du Tourisme tenu à Marrakech sous le Haut Patronage de S. M. MOHAMED VI en janvier 2001 ; congrès qui devait aboutir au Contrat Programme 2001-2010 et son application signés en présence du Souverain entre l'Etat et les Représentants des professionnels du tourisme au Maroc et prévoyant, outre la réhabilitation de l'infrastructure touristique existante et la création de nouveaux centres, atteindre dix millions de touristes internationaux à l'horizon de 2010, soit la moitié de ce que prévoyait le célèbre Master Plan Touristique du Maroc (1975) il y a plus d'un quart de siècle !

Enfin, il a été question dans cette seconde partie de la situation géophysique, historique et socio-économique du pays en général et de Tétouan en particulier, aire de notre étude (Chapitres III et IV).

3. TETOUAN ET LE TOURISME

La troisième Partie de notre étude traite le produit touristique de Tétouan (Chapitre V), l'enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan en 2002¹ (Chapitre VI) et enfin le futur du tourisme à Tétouan et au Maroc en général (Chapitre VII).

3.1. Le produit touristique tétouanais

Considérée dans les années soixante et soixante-dix comme première station balnéaire du Royaume, le Nord en général et Tétouan en particulier devaient sombrer dans une situation désastreuse à tel point que nous pourrions qualifier cette zone de sinistrée en matière de tourisme, et c'est ce que reflètent les chiffres officiels (LE MAROC EN CHIFFRES 1996-2001 et données du Ministère du Tourisme)² en ce qui concerne la situation par région et par villes du pays.

Le produit touristique est une combinaison d'éléments hétéroclites : des services (logement, restaurants, transport et services annexes, notamment de loisir), des objets culturels (les patrimoines culturel, artistique, le folklore, les fêtes), des particularités géographiques (les sites, les paysages) et beaucoup d'éléments moins palpables tels que l'hospitalité, l'ambiance, les curiosités ethniques, les mœurs, etc. Ces différents éléments sont amalgamés dans un « *produit qui est en somme un paquet de services et d'images séduisants* » (LANFANT MARIE-FRANÇOISE, 1980).

En fait, le produit touristique tétouanais est riche et diversifié, et même complémentaire si on le traite dans le cadre de la Région Tanger-Tétouan, mais souffre d'un certain nombre de faiblesses quant à sa promotion et sa commercialisation.

¹ Cette enquête a été précédée par une autre similaire dans le cadre de l'investigation pour l'obtention de « *La Suficiencia Investigadora en Sociología* » Ghoudane A. (2000).

² A cette occasion, je tiens à remercier le Délégation du Tourisme à Tétouan pour sa disponibilité et son aide durant les années de mon investigation.

3.2. L'enquête sociologique 2002 : Pourquoi visite-t-on Tétouan ?

Cette investigation descriptive consiste en la réalisation de ce que fut appliqué à Grenade (LATIESA 2000) pour qualifier le tourisme à Tétouan et sa région et d'une manière saisonnière : la basse saison allant de janvier à avril et la haute saison de juin à septembre 2002 et en vue de connaître la variation des caractéristiques du touriste en visite à Tétouan durant les différentes époques de l'année. L'échantillon englobe une population majeure de plus 18 ans et qui ne réside pas habituellement à Tétouan, qu'elle soit de nationalité marocaine ou étrangère, et ce fut 608 enquêtés en total.

L'objectif général consiste à analyser la demande au moyen des deux applications d'enquête par questionnaire (établi en Français et Espagnol) en vue d'améliorer la gestion des visiteurs. Ont été traités les caractéristiques sociodémographiques (sexe, âge, situation de famille, profession, scolarité, etc.), leurs motivations et les aspects d'attraction à l'origine du déplacement à cette région, l'organisation du voyage (en famille, seul, groupe), la durée et, enfin, une évaluation de la visite.

Notre échantillon se répartit comme suit :

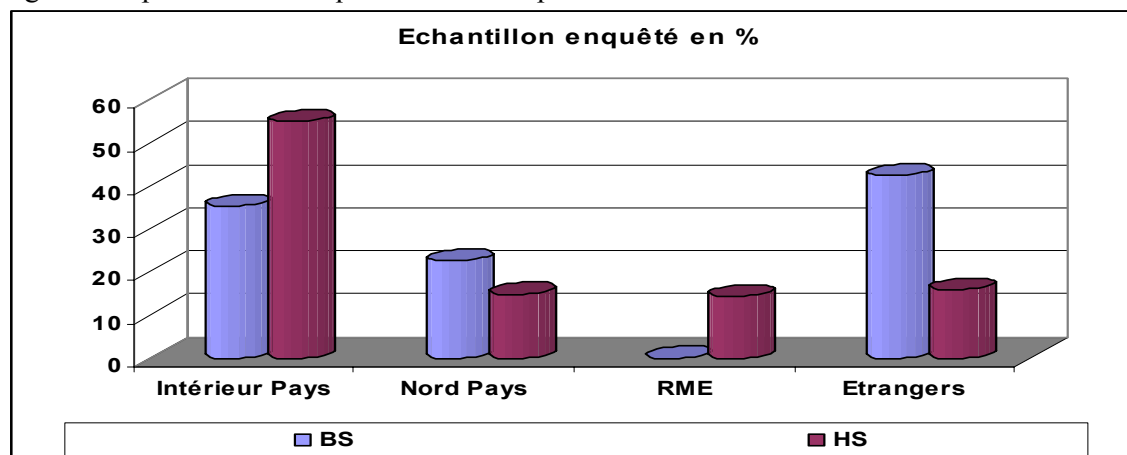
- Les Marocains venant de l'intérieur et des autres régions du pays : 72 pour la basse saison (BS) et 222 pour la haute saison (HS) ;
- Les Marocains venant des autres villes du Nord : 46 BS et 60 HS ;
- Les Marocains Résidents à l'Etranger (MRE) : 58 HS et enfin
- Les Etrangers : 86 BS et 64 HS :

Tableau 1 Répartition des enquêtés selon leur provenance

Provenance	Basse Saison	%	Haute Saison	%	Total	%
Intérieur Pays	72	35,2	222	54,9	294	48,3
Nord du Pays	46	22,5	60	14,8	106	17,5
RME	-	-	58	14,3	58	9,5
Etrangers	86	42,3	64	15,8	150	24,6
Total	204	100	404	100	608	100

Source : Enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan, GHOUDANE A. 2002

Figure 1 Répartition des enquêtés selon leur provenance



Source : Enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan, GHOUDANE A. 2002

En ce qui concerne la répartition de nos hôtes selon l'âge et le sexe, nous avons noté que :

Les étrangers voyagent et profitent de leur temps libre encore jeunes (25,3 ans en moyenne), alors que les nationaux qui se permettent de se déplacer et de profiter de leur temps libre ont plus de 30 ans (35,3 ans en moyenne).

Les femmes étrangères (53,5 %) voyagent plus que leurs consoeurs marocaines (34,5 %) et cela révèle le statut social et économique acquis par la femme dans chacune des cultures et dans certains pays occidentaux.

Pour ce qui est de la situation familiale, l'enquête révèle que les célibataires étrangers voyagent plus que nos célibataires marocains et cela s'explique par le niveau de vie et les droits socio-économiques accordés pour les uns et les autres.

En ce qui concerne la profession et le niveau d'études des enquêtés nationaux, l'on note la prédominance des professions libérales (47 %), suivis par les fonctionnaires (23,7 %) et les chômeurs ou sans travail (20,3 %). Les étudiants représentent 7,5 % de notre échantillon et les retraités seulement 1,5 % ; l'on note également la prédominance des niveaux scolaires du secondaire (30,5 %) et du supérieur (29,9 %).

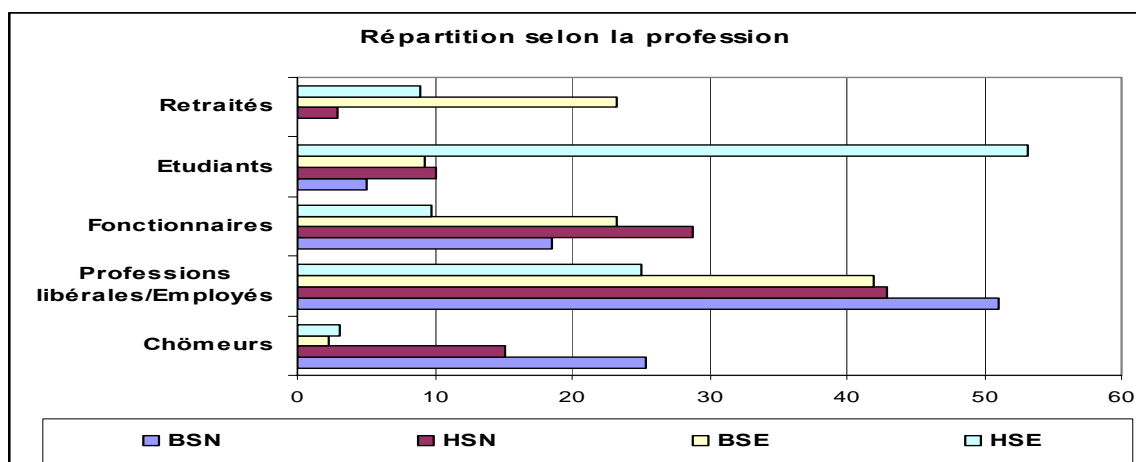
Pour ce qui est des étrangers, il y a prédominance du niveau d'études supérieur (67,0 %) et secteur libéral (33,5 %) ; et c'est ce que nous allons résumer dans les deux tableaux ci-dessous :

Tableau 2 Répartition selon la variable "profession"

Profession	Nationalités (%)			Etrangers (%)		
	BS	HS	Moyenne	BS	HS	Moyenne
Chômeurs	25,4	15,2	20,3	2,3	3,1	2,7
Professions libérales et employés	51,0	43,0	47,0	42,0	25,0	33,5
Fonctionnaires	18,6	28,8	23,7	23,2	9,8	16,5
Etudiants	5,0	10,0	7,5	9,3	53,1	31,2
Retraités	-	3,0	1,5	23,2	9,0	16,1

Source : Enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan, GHOUDANE A. 2002

Figure 2 Répartition selon la variable "profession"



Source : Enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan, GHOUDANE A. 2002

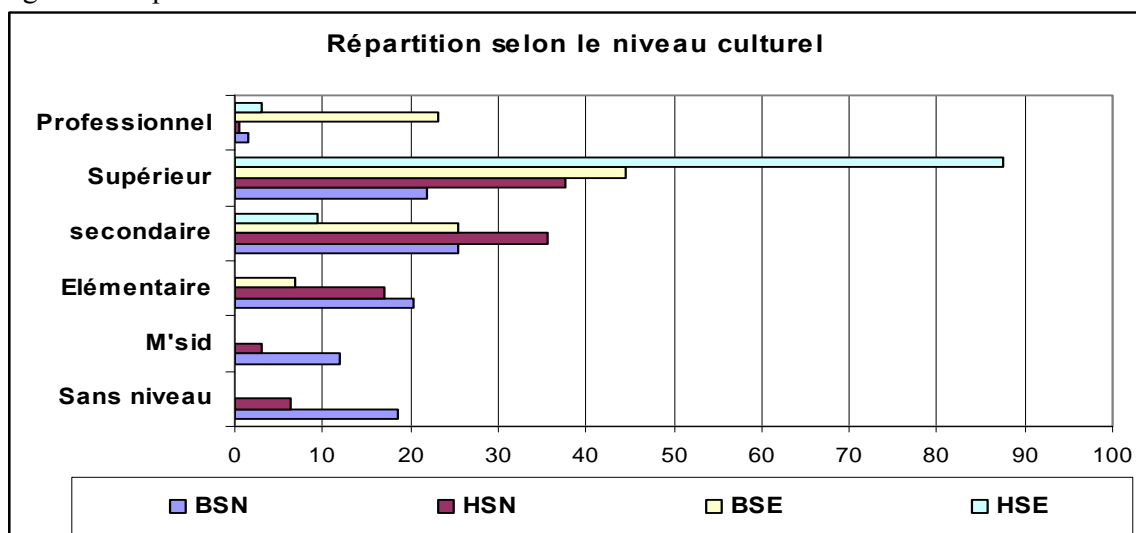
On note également les possibilités offertes pour les étudiants et retraités étrangers qui bénéficient de leur droit au loisir et au tourisme (tourisme 3° âge, contrairement au vécu quotidien de nos retraités voués aux jeux de cartes ou domino ou isolés de la société une fois mis en retraite !).

Tableau 3 Répartition selon la variable "études" ou niveau culturel

Etudes	Nationaux (%)			Etrangers (%)		
	BS	HS	Moyenne	BS	HS	Moyenne
Sans niveau	18,6	6,4	12,5	-	-	-
M'sid	12,0	3,0	7,5	-	-	-
Elémentaire	20,3	17,0	18,6	6,9	-	3,4
Secondaire	25,5	35,5	30,5	25,5	9,5	17,0
Supérieur	22,0	37,6	29,9	44,5	87,5	67,0
Professionnel	1,6	0,5	1,0	23,1	3,0	13,0

Source : Enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan, GHOUDANE A. 2002

Figure 3° Répartition sur le niveau culturel



Source : Enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan, GHOUDANE A. 2002

Abréviations : BSN/HSN : Basse et Haute Saison pour les Nationaux

BSE/HSE : Basse et Haute Saison pour les Etrangers

Par ailleurs, face à l'absence de la publicité et de la promotion du produit touristique national en général et celui du Nord en particulier, qu'est-ce qui pousse des milliers de personnes à visiter la Colombe Blanche, Tétouan ? Pour avoir une idée sur les attraits de cette ville, nous avons posé les questions : « Qu'est-ce qui vous attire le plus pour visiter Tétouan ? Quels sont les monuments ou sites visités ou considérés comme intéressants à visiter ? »

A cette question, les réponses varient d'une catégorie à l'autre et selon les nationalités :

- Les nationaux choisissent en premier lieu Fnideq (76,8 % en moyenne, suivi de la Médina (72,3 %) et de Martil (65,5 %).

- Les étrangers choisissent en premier la Médina (93,7 %), suivie des portes et murailles historiques (65,6 %) et de Martil (46,8 %).

Cela justifie la préférence que font les étrangers pour la découverte du patrimoine culturel en général et donc une tendance pour le tourisme culturel. Par contre, les nationaux sont davantage attirés par les paysages (plages) et surtout par les souks (Fnideq, Bab Nouader, etc.) où sont exposés des produits de contrebande introduits de Ceuta, ville marocaine toujours sous occupation espagnole.

D'autres variables ont été étudiées : le transport, le logement, la restauration et l'animation. Egalement, ont été étudiés l'organisation et la forme du voyage, prix et dépenses touristiques et les incidents et/ou accidents vécus par nos enquêtés. Nous allons nous intéresser ici aux prix et dépenses et enfin, l'évaluation et opinions sur la visite à Tétouan.

3.2.1. Les prix et dépenses

La progression de la part des dépenses touristiques dans les zones géographiques très développées laisse apparaître une différence entre les pays pauvres et les pays riches. Ceux-ci s'emparent des 2/3 des recettes touristiques mondiales. Ainsi la variance des dépenses touristiques ne profitent pas vraiment au Tiers-monde : s'impose une connotation fondamentale qui révèle que la grande partie des flux touristiques s'effectue entre les pays développés, c'est-à-dire Centre marginalisant ainsi les pays de la Périphérie, les moins développés.

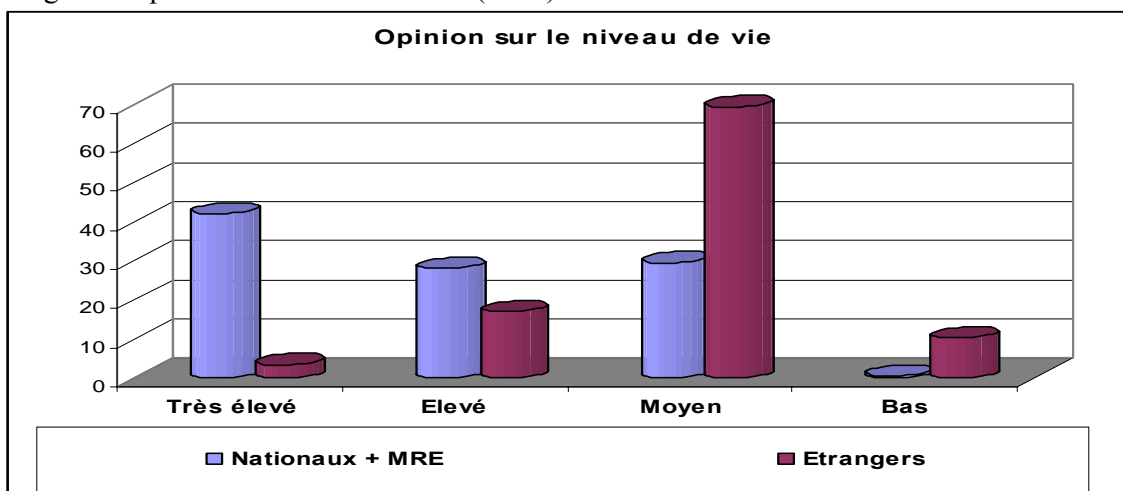
En général, nos enquêtés jugent que le niveau de vie à Tétouan est moyen :

Tableau 4 Opinion sur le niveau de vie (en %)

Nationalité/Niveau de vie (%)	Très élevé	Elevé	Moyen	Bas
Nationaux + MRE	42,0	28,0	29,5	0,5
Etrangers	3,4	17,0	69,3	10,3
Moyenne	22,7	22,5	49,4	5,4

Source : Enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan, GHOUDANE A., 2002

Figure 4 Opinion sur le niveau de vie (en %)



Source : Enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan, GHOUDANE A. 2002

En ce qui concerne les dépenses par personne et par jour, celles-ci se situent aux environs de 500 Dhs en moyenne, mais il y a des catégories qui dépassent les mille dirhams par jour et par personne et d'autres qui ne dépassent pas les 100 Dhs :

Tableau 5 Dépenses moyennes par jour et par personne (en %)

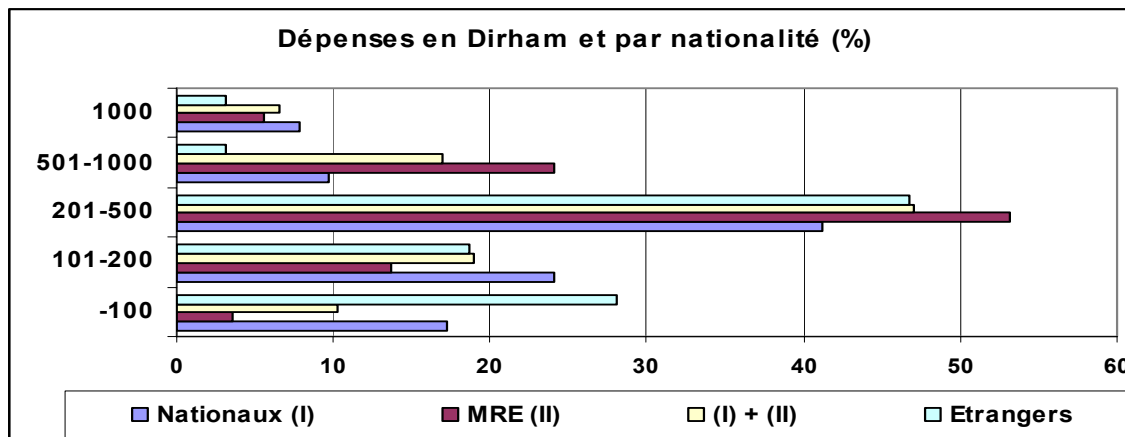
Nationalité/Dépenses (%)	- 100	101-200	201-500	501-1000	+ 1000	Total
Nationaux (I)	17,2	24,1	41,2	9,7	7,8	100
MRE (II)	3,5	13,7	53,2	24,1	5,5	100
(I) + (II)	10,3	18,9	47,1	16,9	6,6	100
Etrangers	28,1	18,7	46,8	3,1	3,1	100
Moyenne	19,2	18,8	46,9	10,0	4,8	100

Source : Enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan, GHOUDANE A. 2002

S'agissant des dépenses, faites par nos enquêtés nationaux, en particulier la tranche de + 1000 Dhs/jour/personne, il s'agit là d'une catégorie qui fait des achats de produits de contrebande, disent certains, jusqu'à plus de 20.000 Dhs par famille ! Ceux-ci, ajoutent d'autres, choisissent le camping, se contentent de manger n'importe quoi sans se soucier de leur santé ni de celle des leurs pourvu qu'ils regagnent leurs villes de départ avec des sacs de

plastique pleins d'habits et de produits « *Made in Spain ou in China...* » et des coffres de voitures pleins de pneumatiques, Ariel, Schampoings et appareils électroménagers, etc.

Figure 4 Dépenses moyennes par jour et par personne



Source : Enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan, GHOUDANE A. 2002

3.2.2. L'évaluation et les opinions sur la visite

La satisfaction du consommateur s'examine comme résultat d'une expérience et la comparaison entre ce qu'on attendait de la visite et ce qui est réellement vécu durant cette même expérience.

L'évaluation de la visite par les visiteurs enquêtés montre que leurs attentes, tant pour les nationaux que pour les étrangers, n'ont pas été satisfaites. Aussi conteste-on, en ce qui concerne les nationaux, les comportements et les attitudes de certains autochtones ou ce qu'on a appelé « *phénomène dakhilia* » qui demeure à l'origine de l'incompréhension et de la non communication, héritage du colonialisme et d'autres facteurs à savoir ceux ayant contribué à la marginalisation dont fut victime le Nord du Royaume.

Egalement ont été contestés les services chargés de l'information touristique (46,4 % des nationaux et 68,7 % des étrangers), de l'hygiène et de la propreté de la ville (64,7 % des nationaux et 62,5 % des étrangers), etc.

Nos enquêtés ont été consultés sur d'éventuels incidents ou accidents dont ils auraient été victimes : la majorité a répondu ne pas avoir été sujet à aucun incident ou accident et qu'on compte revenir encore une fois à Tétouan (70 % en moyenne) en dépit de certains éléments ayant été contesté et qui devaient inciter les responsables à agir pour améliorer la qualité des services et, par conséquent, améliorer l'image de la destination Nord de la part et des nationaux et des étrangers.

3.3. La saisonnalité de l'activité touristique, un handicap à surmonter

Les impacts économiques du tourisme sont souvent difficiles à appréhender et à préciser particulièrement au niveau régional. Certes, le Maroc considère le secteur du tourisme comme clef de son économie nationale : en l'an 2000, ce secteur représente 7,8 % du PIB, environ de 12,5 % des recettes de la balance des paiements et 15,4 % des recettes courantes, soit 21,1 Milliards de Dhs. De plus, cette activité est considérée comme le principal pourvoyeur d'emplois dans le pays et donc comme panacée au chômage en générant 628.000 emplois directs et indirects (MINISTERE DU TOURISME, 2001).

Au niveau de la province de Tétouan et selon les données disponibles (DELEGATION DU TOURISME A TETOUAN, 2002) quant à l'enquête relative à l'emploi, le secteur touristique

provincial emploie quelques 1.130 personnes réparties en 847 personnes permanentes et 283 temporelles dans les hôtels dits classés, certaines agences de voyages, restaurants et transport.

Tableau 6 : L'emploi dans les hôtels classés à Tétouan

Catégorie	Qualification*						Effectifs**	
	ISIT	EH	CFP	FAC	Sec	Sans	Per.	St.
5 *	5	5	13	5	6	41	75	-
4 *	1	3	3	7	72	36	132	103
3 *	1	5	14	5	22	27	184	88
2 *	-	-	-	-	-	-	22	11
1 *	-	-	1	4	2	4	35	16
V.V.T. 1 ^{ère} G.	-	-	-	-	-	-	313	-
V.V.T. 3 ^e G.	-	-	-	1	30	81	18	94
Total	7	13	37	23	132	189	779	312

Source : Délégation du Tourisme à Tétouan, 2002.

(*) FAC: Faculté ; Sec : Niveau Secondaire

(**) Per. : Permanente ; St. : stationnel.

Selon le SDAULTT, 1993 : 62, les emplois touristiques atteignent 10 % de la population occupée. Toutefois, rappelons qu'il s'agit de chiffres partiels à cause de la non coordination des professionnels avec l'administration de tutelle régionale en ce qui concerne l'élaboration des statistiques et bilans détaillés reflétant la situation du secteur avec ses points forts à promouvoir et les points faibles à corriger et à surmonter pour rentabiliser davantage cette activité et améliorer l'image du produit touristique local.

Encore une fois, nous réitérons le point de la non professionnalisation et de la non spécialisation professionnelle (comme il nous a été souligné par les responsables du secteur au niveau de la Délégation du Tourisme) en particulier en matière de restauration qui nécessite davantage de spécialisation vue sa relation directe avec la santé du client et son besoin primaire, celui de se nourrir.

Par ailleurs, un ensemble d'indicateurs négatifs reflètent la non préoccupation des entrepreneurs touristiques ; indicateurs favorisés par la saisonnalité influant automatiquement sur la rentabilité des entreprises touristiques et para touristique à cause de la fluctuation sur la demande durant l'année atteignant son maximum entre les mois de juillet à septembre.

Tableau 7 Taux d'occupation dans les hôtels classés à Tétouan : 1997-2002

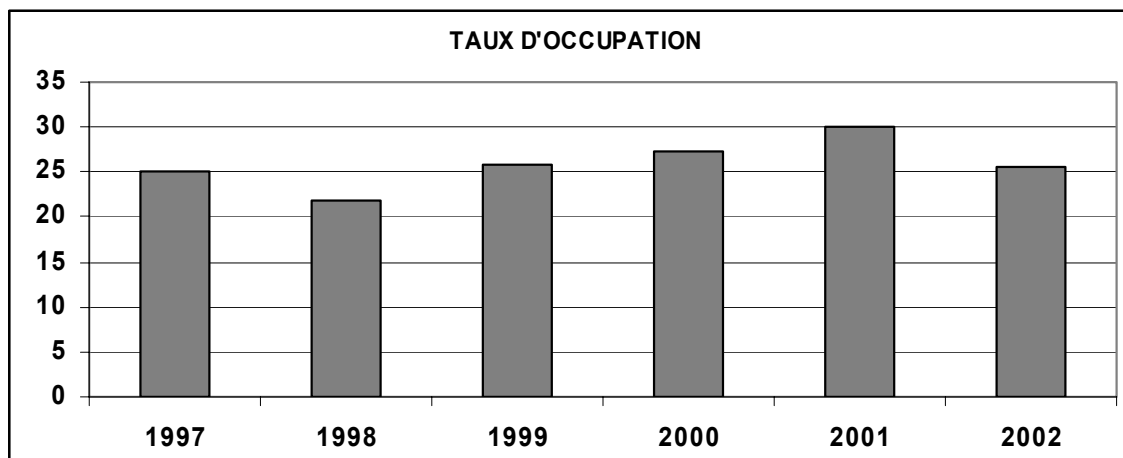
	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Janvier	7,18	3,2	6,88	10,28	12,48	15,50
Février	9,09	7,67	14,71	12	12,6	12,89
Mars	15,64	8,47	15,32	15,32	18,1	17,00
Avril	18,92	10,34	20	30	19	17,10
Mai	26,95	13,78	15	20	26	20,20
Juin	25,17	22,21	36,6	60	41,22	31,66
Juillet	37,26	39,58	50	45	50,38	46,18
Août	70,32	70,09	74	67	72,52	63,83
Septembre	30,03	28,98	36	33	38,74	36,44
Octobre	22,47	21,15	18	14	14	17,48
Novembre	17,91	20,66	15,12	13,64	9,17	11,63
Décembre	17,32	15,46	7,9	9,54	9,5	15,77
Moyenne	25,10	21,79	25,79	27,33	30,11	25,55

Source : Délégation du Tourisme à Tétouan, 2002.

La saisonnalité se manifeste particulièrement au niveau des taux d'occupation (T. O), des nuitées hôtelières et l'emploi et constitue l'handicap majeur pour l'activité touristique

quant au degré de sa rentabilité et aux effets multiplicateurs sur l'ensemble des autres secteurs économiques aux niveaux provincial et régional.

Figure 5 Taux d'occupation dans les hôtels classés à Tétouan : 1997-2002



Source : Délégation du Tourisme à Tétouan, 2002.

4. LE FUTUR DU TOURISME A TETOUAN

Le tourisme à Tétouan est une activité saisonnière ; un tourisme de passage : la majorité de nos enquêtés étrangers déclarent visiter cette ville pour la première fois et qu'ils envisagent y passer une nuit pour, enfin, se diriger vers Chaouen, Marrakech et Ouarzazat (le plus souvent) ou d'autres villes impériales telles Fès et Meknès... Soit comme le démontrent les chiffres et statistiques recueillies auprès de la Délégation du Tourisme à Tétouan, soit les jugements et évaluations faites par nos enquêtés quant à la qualité du service soit la situation de l'infrastructure en général qui laisse désirer, ce secteur est encore loin d'avoir un impact socioéconomiques sur la région et de servir de locomotive aux autres secteurs économiques et sociaux. Et ce n'est pas un hasard si cette ville se trouve classée dernière parmi les autres villes du Royaume (LE MAROC EN CHIFFRES, 2000) avec un T.O. situé entre 25-30 % pour les années 1997-2002 !

S'ajoute à une infrastructure défailante, la non professionnalisation et non spécialisation en matière de tourisme. Un secteur souffrant, outre la saisonnalité et d'autres handicaps en rapport avec la gestion et le marketing du produit local, la prédominance de la contrebande vécue comme phénomène social et comme une amère réalité portant préjudice à notre économie. En même temps, elle s'avère comme une attraction exerçant une grande influence et sur les locaux la pratiquant comme panacée au chômage et à la pauvreté, et par les visiteurs, en particulier les nationaux déclarant, lors de notre enquête, visiter Tétouan non seulement pour ses plages ou ses paysages, mais aussi et surtout pour ses « souks » Bab Nouader ou Fnideq... Ainsi, la contrebande semble constituer un autre élément « complémentaire » pour le produit touristique tétouanais ; d'où le tableau ci-après où nous nous interrogeons sur la relation entre tourisme et contrebande à Tétouan (GHOUDANE 2001) s'agit-il d'une antinomie ou d'une complémentarité entre les deux phénomènes ?

En fait Tétouan n'est pas seulement de la contrebande. Tétouan, c'est de la culture et du loisir qu'offrent sa situation géostratégique et historique, son littoral doré (bien que mal entretenu actuellement) et ses paysages variés et vierges... Mais la situation devrait changer dans un futur proche grâce à l'action remarquable du Gouvernement dans les provinces et préfectures du Nord ; un effort qui va en parallèle avec la réhabilitation de leurs structures socio-économiques et à l'implantation de grands investissements et projets très prometteurs

tels le Port Méditerranée et les travaux de restauration et de réhabilitation de la Médina projetés ou en cours de réalisation.

Tableau 8 Tourisme/Contrebande : quelle relation ?

Tourisme	Contrebande
Activité légale	Activité illégale
Facteur de développement socio-économique	Hémorragie économique
Générateur de devises	Fuite de devises
Opte pour la sécurité et la paix	Insécurité et terrorisme
Amour et échange interculturel	Haine, vol et corruption

Source : Enquête sociologique sur le tourisme à Tétouan, GHOUDANE A. 2002

En fait, l'intérêt accordé aux provinces du Nord, Tétouan incluse, par le Souverain S.M. MOHAMED VI et son Gouvernement visent désenclaver cette zone et à lui donner un rôle à jouer dans l'économie régionale et nationale, voire internationale.

En matière de tourisme, les responsables envisagent la réalisation de plusieurs projets visant la promotion du secteur touristique au niveau régional. Aussi envisage-t-on la création de 32.000 nouveaux lits supplémentaires dans les dix prochaines années qui seraient capables de générer 20.000 emplois directs et 80.000 emplois indirects.

S'agissant de notre enquête sur le secteur au niveau de la province de Tétouan et se référant aux remarques et suggestions de nos enquêtés, un certain nombre de handicaps et de carences doivent être surmontés. Car les points faibles soulevés par les touristes doivent être pris en considération par les différents acteurs du secteur pour y remédier en vue d'améliorer les conditions de séjour de nos hôtes :

- Améliorer le système d'informations touristiques car 68,7 % des touristes étrangers et 46,4 % des nationaux contestent cet élément en vue de faire découvrir les différents circuits et potentialités touristiques de la région et l'ensemble du pays à nos visiteurs. Pour mettre à leur disposition des guides ou des dépliants à la délégation du tourisme ou au poste frontalier de Bab Sebta ;
- Sensibiliser les autorités locales et les populations autochtones sur l'importance du tourisme, en particulier le tourisme interne, pour l'économie locale, régionale et nationale. Aussi doit-on être hospitalier avec tout visiteur hôte de la ville car la « *publicité* » bouche à oreille fonctionne très bien dans ce domaine et chaque touriste gagné ou perdu engendre le gain ou la perte d'autres dizaines ou centaines de touristes !
- Veiller à la propreté de la ville et environs ;
- Opter pour la diversification du produit touristique local de manière à lutter contre la monotonie par la création d'activités culturelles et ludiques au profit des visiteurs (et des autochtones bien sûr) et de manière à faire de Tétouan une ville dynamique et davantage accueillante et attrayante au cours de l'année ;
- Veiller sur la qualité du service et sur le respect de l'affichage des prix dans les restaurants, cafés, hôtels et surtout les bazars ; et en même temps lutter contre les faux guides pour donner une bonne image de notre produit touristique ; enfin
- L'élément « sécurité » doit être au centre de tous les débats. En fait, nos enquêtés déclarent être satisfaits dans ce domaine. Mais nous devons savoir que le tourisme est l'un des secteurs les plus fragiles, c'est pourquoi des efforts doivent être déployés dans ce contexte pour garantir davantage de sécurité, de tranquillité et de tolérance en vue de permettre à tout visiteur, national ou étranger, de jouir de son séjour sur nos plages et de son temps libre.

Enfin, l'avenir du tourisme à Tétouan est tributaire de la politique générale et de la stratégie globale menée par le ministère de tutelle et de la participation responsable et citoyenne de l'ensemble des acteurs dans ce domaine, car le tourisme est une responsabilité

qui incombe à tous, gouvernants et gouvernés. C'est un défi à surmonter pour gagner le pari de 2010.

CONCLUSION

Le tourisme, phénomène contemporain caractérisant les sociétés modernes, revêt une grande importance pour l'économie mondiale et, en particulier, des PVD comme le Maroc qui investit d'énormes moyens pour sa promotion depuis les années 60-70. Son importance réside dans les masses de devises qu'il génère à notre pays et le volume d'emplois créés chaque année et qu'il pourrait créer encore dans le cadre de la nouvelle politique et l'appui gouvernemental à l'horizon de 2010. Mais au-delà des chiffres, le tourisme touche un grand éventail d'activités difficiles à appréhender et en étroite relation avec ce secteur considéré comme locomotive d'un éventuel développement socio-économique du pays.

Toutefois et quelque soit le domaine d'analyse : économique, sociologique, géographique ou écologique, etc., les régions méditerranéennes du Maroc souffrent de sous-développement, de faiblesse et de fragilité de leurs structures socio-économiques de base. De là, il serait absurde de séparer le tourisme d'une région ou pays du contexte général dans lequel il se moue et se développe. En fait, la zone Nord-Ouest du Maroc illustre les difficultés auxquelles se confrontent de telles régions dans l'élaboration et la mise en marche de programmes de développement économique et social ; zones pauvres et isolées comme celles du Rif nécessitant une synergie d'efforts et une évaluation multidisciplinaire.

Le thème « *Tourisme et développement dans la province de Tétouan (N-O du Maroc)* » est une approche sociologique de la situation socio-économique d'une région pauvre et marginalisée affectée par la pauvreté, le chômage et l'extension des activités informelles et illicites, à savoir « la trilogie infernale de contrebande, émigration clandestine et culture du cannabis » (ZAIM F., 1997).

Ainsi, l'approche de ce thème nécessite son insertion dans le contexte général tant national que local. Au niveau national, l'on s'est référé aux antécédents physico géographiques, économiques, politiques, en particulier la politique touristique adoptée à travers ses différents et successifs plans sectoriels. Au niveau local ou régional, l'on s'est référé aux ressources, économiques et au patrimoine culturel caractérisant l'offre de la ville de Tétouan, ville grenadine, porte d'Afrique sur l'Europe et berceau de différentes civilisations et cultures.

Par ailleurs, le travail de promotion et de marketing de Tétouan et région à l'intérieur du vaste éventail de l'offre existante à l'échelle nationale devait se baser sur son riche patrimoine séculaire et universel et ses paysages variés et attrayants donnant aux touristes la possibilité de découvrir ses mystères et ses us et coutumes. « *Actuellement, la complémentarité dans l'offre est fondamentale, et d'autres activités pourraient enrichir et amplifier la promotion du tourisme [tétouanais]* » (LATIESA, 2000). Cette complémentarité pourrait se réaliser par la combinaison du produit touristique régional, la Région Tanger Tétouan à présenter en un et unique paquet à promouvoir et à commercialiser. C'est ainsi que nous pourrions miser sur un éventuel décollage régional sans recourir à la contrebande et d'autres activités informelles et illégales. Celles-ci condamnent Tétouan à vivre comme une inconnue et donnant son dos à son potentiel culturel, historique et naturel non ou mal exploités.

Toutefois, le binôme Tourisme Développement, lequel constitue le noyau de notre recherche, paraît, à la lumière des faits actuels et en dépit de la ferme volonté des acteurs publics et privés dans le cadre de leur engagement et dans le cas du Contrat Programme 2001-2010, difficile à résoudre ou à réaliser, du moins au niveau de notre aire d'étude, Tétouan et région nécessitant la restauration et la rénovation de ses infrastructures de base, de son parc

hôtelier et para hôtelier, la professionnalisation et la généralisation d'une culture touristique et en faveur du tourisme en vue de sensibiliser les citoyens de manière à faire de ce secteur une affaire nationale, une affaire de tous.

Finalement, nous espérons que notre investigation sur le tourisme et développement à la province de Tétouan puisse ouvrir le dialogue sur cet enjeu et puisse résoudre ledit binôme, Tourisme Développement et qu'elle engendre une grande participation et un grand débat sur le futur de notre tourisme en général. Notre objectif est qu'à partir de notre thème surgissent des idées, sinon des projets et compromis concrets en matière de promotion et commercialisation qui constituent le fer de lance pour nos décideurs pour s'imposer sur la scène internationale et conquérir d'autres marchés. Il y va du futur de notre tourisme national et régional et de l'image du Maroc dans le marché mondial touristique.

BIBLIOGRAPHIE

GHOUDANE A. (2001), *El Turismo en Marruecos. Turismo y Contrabando en Tetuán*, Trabajo de Investigación /Suficiencia Investigadora en Sociología dirigido por la Profesora Dra. Dña. Margarita Latiesa Rodríguez, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de Granada, Departamento de sociología, Universidad de Granada, España.

GHOUDANE A. (2001), *El Turismo en Marruecos. Turismo y Contrabando en Tetuán*, Trabajo de Investigación /Suficiencia Investigadora en Sociología dirigido por la Profesora Dra. Dña. Margarita Latiesa Rodríguez, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de Granada, Departamento de sociología, Universidad de Granada, España.

GHOUDANE A. (2004) *Turismo y Desarrollo en la Provincia de Tetuán (N-O de Marruecos)* Thèse de Doctorat d'Etat en Sociologie soutenue le 21/9/2004 à la Faculté des Sciences Politiques et Sociologie, Université de Grenade (Espagne) sous la direction de la Professeur Dra. Margarita Latiesa Rodrioguéz.

LANFANT M.-F. (1972), *Les Théories des Loisirs, Collection « Le Sociologue », Puf, Paris, France.*

LATIESA M. (2000), *Granada y El Turismo, Ed. Universidad de Granada, Colección Monográfica Tierras del Sur N° 24, Granada, España.*

PADILLA O. T. (1980), *El Turismo. Fenómeno social, Fondo de Cultura Económica, México.*

PY P. (1996), *Le Tourisme. Un phénomène économique, (c) La Documentation française, Paris, France.*